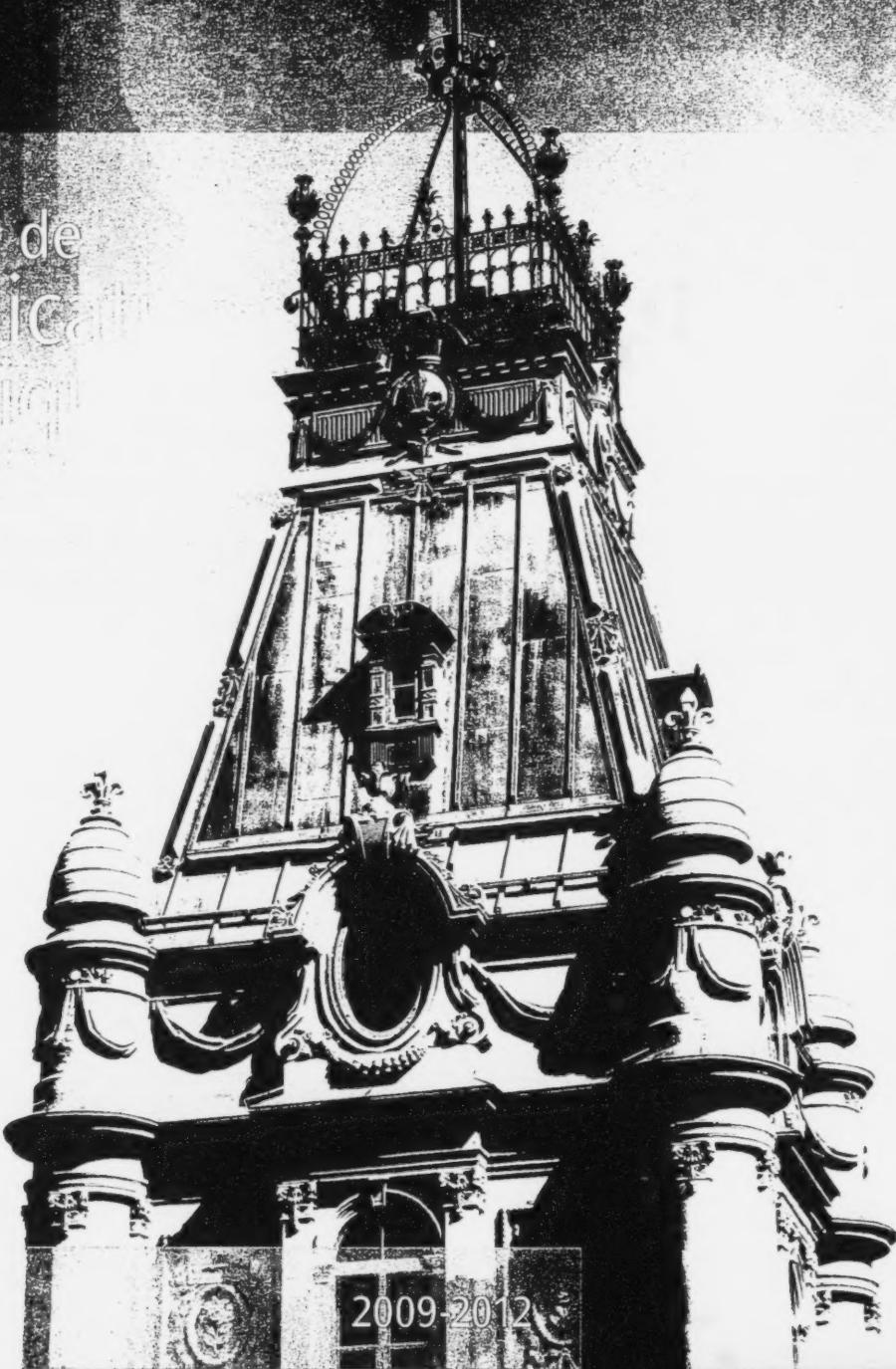




ASSEMBLÉE NATIONALE
QUÉBEC

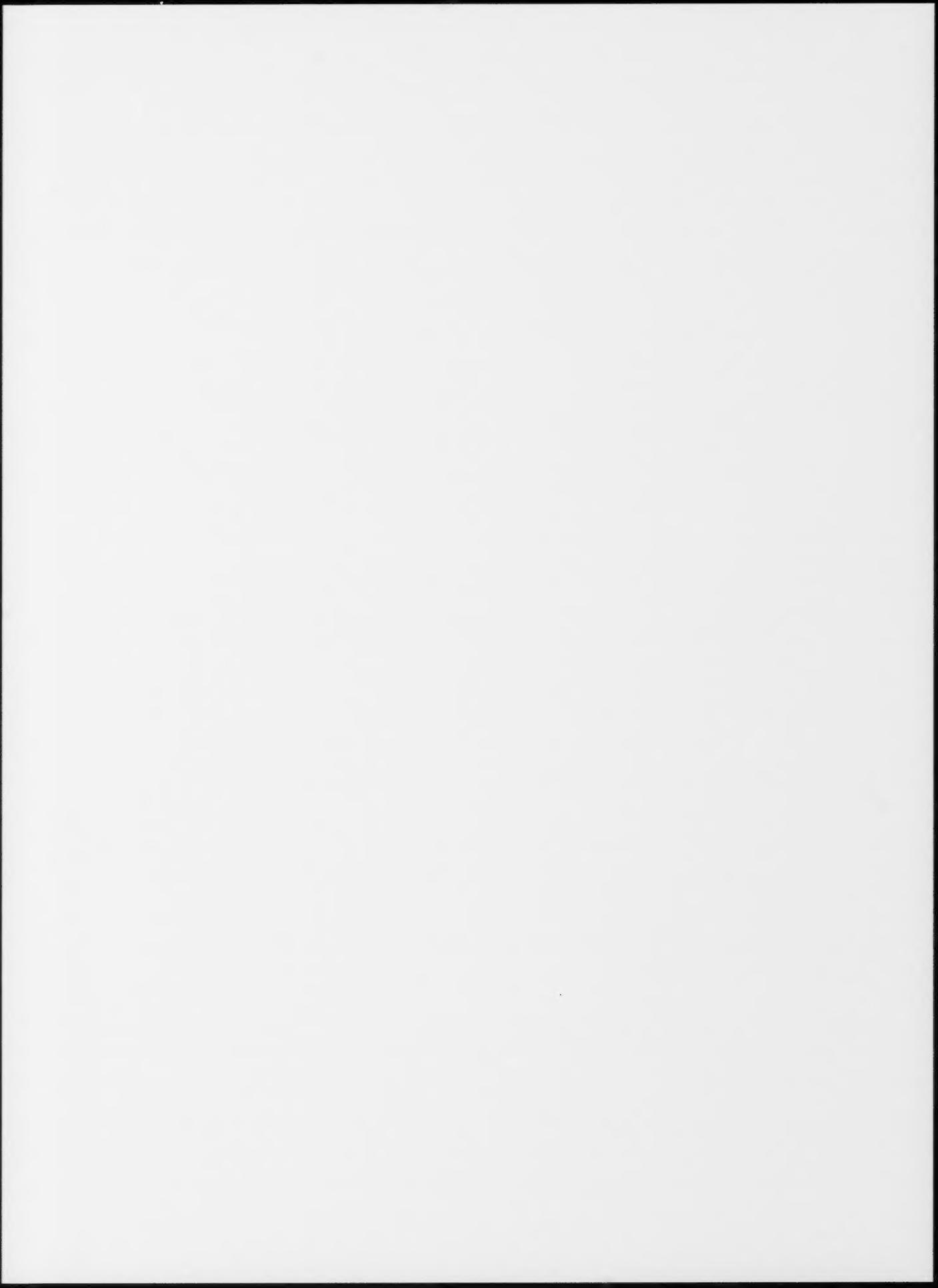
Place aux citoyens

Plan de communication



2009-2012

assnat.qc.ca





Place aux citoyens

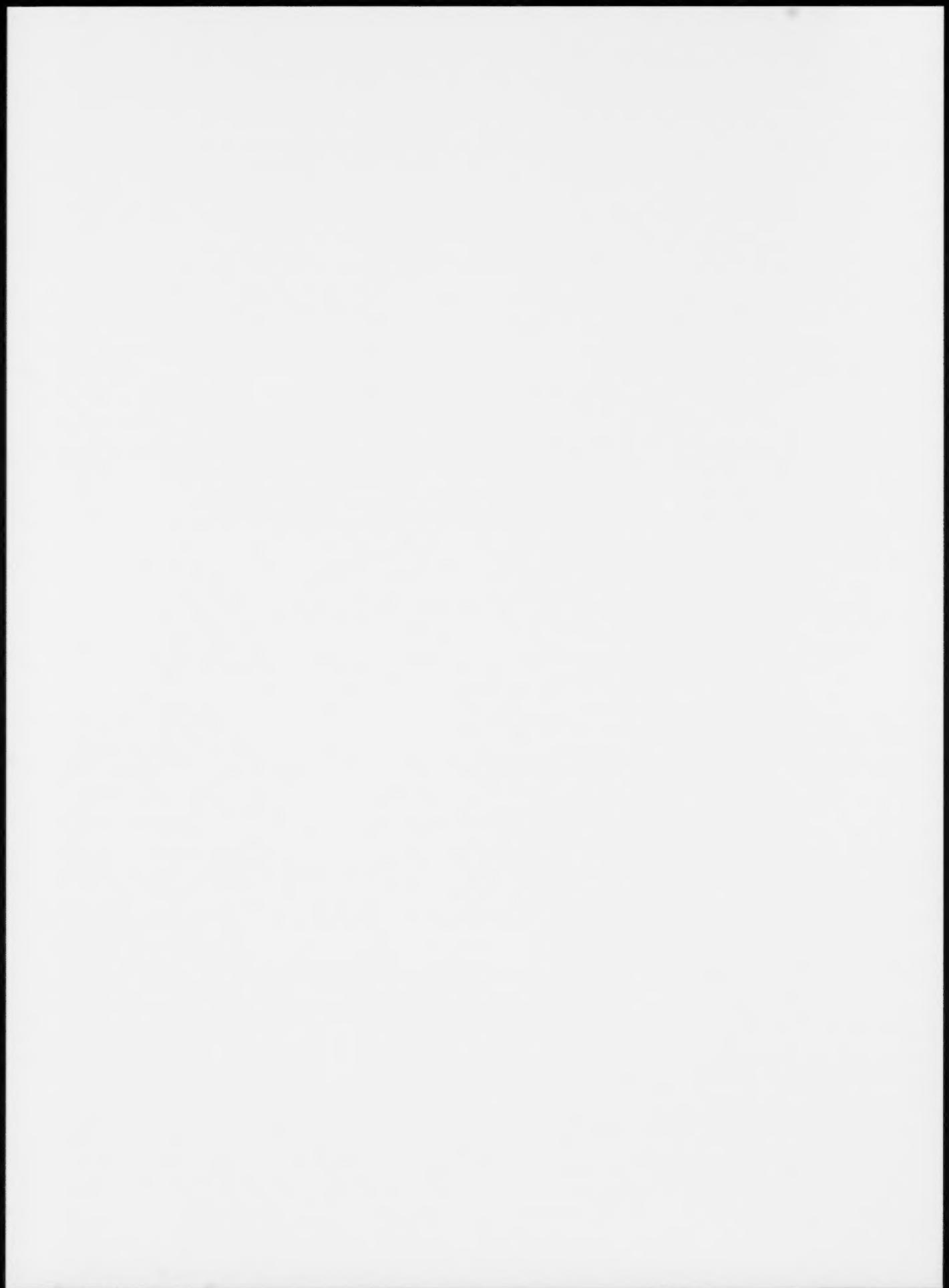
Plan de communication publique

2009-2012

Dépôt légal - 2009
Bibliothèque nationale du Québec
Bibliothèque nationale du Canada
ISBN 978-2-550-57323-4
ISSN 1920-6984

Table des matières

Mot du président	5
Le bilan.....	7
Les enjeux.....	11
Le but	14
Les objectifs.....	14
Les groupes cibles, acteurs et partenaires	15
Les messages	18
La stratégie.....	20



Mot du président



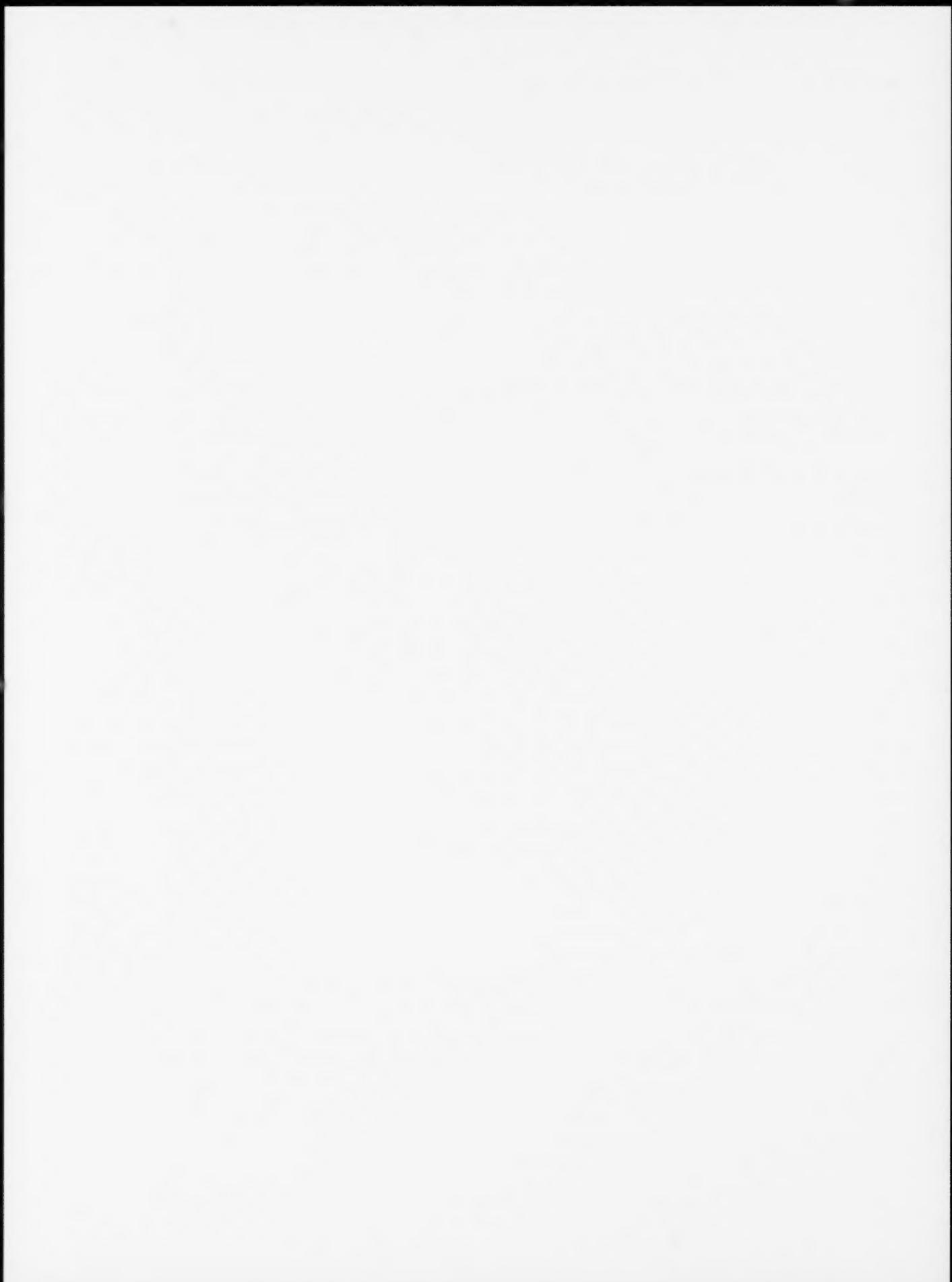
L'Assemblée nationale est au cœur de la démocratie québécoise et elle a donc le souci de promouvoir les idéaux et les valeurs qui l'animent. Pour réaliser cette mission, les communications institutionnelles se révèlent un moyen stratégique d'une très grande importance. C'est pourquoi je suis heureux de vous présenter le Plan de communication publique 2009-2012 de l'Assemblée nationale du Québec. Ce document établit, pour les trois prochaines années, les priorités de développement en matière de communication et tient compte de la deuxième orientation du Plan stratégique de l'administration de l'Assemblée nationale 2009-2012.

En continuité avec le plan précédent, qui a mené à la réussite de nombreux projets et activités, ce document propose une série de nouveaux moyens dont l'objectif global est toujours de rapprocher l'institution et ses parlementaires des citoyens. Ce plan vise surtout à favoriser une meilleure compréhension de la démocratie et du rôle de nos élus dans l'évolution de la société québécoise. Une attention particulière est d'ailleurs accordée aux jeunes à travers une stratégie jeunesse qui accompagne le document. L'Assemblée nationale souhaite ainsi participer activement à la formation des citoyens de demain.

En somme, le Plan de communication publique 2009-2012 se veut un guide pour les années à venir, mais aussi une source d'inspiration dans nos communications auxquelles participent, chacun à leur façon, les députés ainsi que les membres du personnel administratif. L'Assemblée nationale se donne ainsi un plan et des moyens pour se rendre toujours plus accessible aux citoyens.

Le président,

Yvon Vallières



LE BILAN

Depuis la fin des années 1970, l'Assemblée nationale a conçu de nombreux outils et activités de communication (publications, site Internet, canal télévisé, expositions, etc.) sans toutefois qu'ils soient intégrés dans un plan d'action et une vision commune. C'est en 2005 que l'Assemblée nationale s'est dotée d'un premier plan directeur de communication à la suite d'une étude menée en 2004, qui montre la connaissance limitée de la population à l'égard de l'Assemblée. Ce plan comprend une stratégie qui se découpe en neuf principaux volets. Un bilan de chacun d'entre eux est présenté ici. Pour l'essentiel, les moyens déterminés dans ce plan ont été réalisés.

1. Signature visuelle distinctive et forte

L'Assemblée s'est munie d'une nouvelle signature institutionnelle qui positionne le message « Place aux citoyens » au cœur de ses communications publiques. Celle-ci traduit la volonté de l'Assemblée de se rapprocher des citoyens, d'être plus accessible et accueillante et d'inviter la population à participer à ses différentes activités. Cette signature a été adoptée par le Bureau de l'Assemblée et appliquée à la majorité des outils de communication. De plus, un guide de normes graphiques a été rédigé et progressivement appliqué dans les communications de l'institution, notamment les documents imprimés et les publicités. L'utilité première de ce document est d'assurer l'uniformité et la cohérence visuelle des outils de communication afin que l'Assemblée s'identifie clairement et rapidement dans ses communications.

2. Promotion par l'événement

La participation de l'Assemblée nationale au 400^e anniversaire de Québec a été majeure tout au long de l'année 2008. De nombreux projets et activités ont marqué cette période, comme l'édition de deux ouvrages de prestige, l'aménagement du nouveau Centre des visiteurs, l'organisation d'une journée portes ouvertes, d'expositions, de conférences et de brunchs thématiques. Au cours des dernières années, l'Assemblée s'est associée au Festival d'été de Québec ainsi qu'aux Fêtes de la Nouvelle-France. L'émission radiophonique *Maisonneuve à l'écoute* a été diffusée de l'hôtel du Parlement à deux reprises (2005 et 2006).

3. Des communications adaptées à la réalité des jeunes

L'organisation des Parlements au secondaire, la tournée du président dans les écoles et la refonte de certaines publications sont les principales réalisations auprès des jeunes. Ces activités s'ajoutent aux nombreux moyens destinés à ce public cible (simulations parlementaires et visites guidées pour les groupes scolaires).

4. Des outils de communication évalués et mieux connus

De façon générale, les activités publiques organisées par l'Assemblée ont été mieux publicisées et ont été évalués d'une façon plus précise et systématique. Le projet de nouveau site Internet (VIGIE) a été testé auprès de différents utilisateurs au cours des phases préliminaires de développement. En outre, des efforts ont été investis pour améliorer l'autopromotion des outils de communication (le Canal, le site Internet et les publications). De plus, un projet pilote de bornes interactives dans les bureaux de circonscription de députés pour mieux faire connaître les activités et le fonctionnement de l'Assemblée a été concrétisé.

5. Exploitation optimale du Canal de l'Assemblée nationale

Le Canal s'est beaucoup développé au cours des dernières années : la diffusion intégrale dans le site Internet, la série *Mémoires de députés* (entrevues avec d'anciens parlementaires), la diffusion maintenant possible dans les trois principales salles de commissions parlementaires, le bandeau électronique défilant et les capsules d'information en témoignent. Malgré ces avancées, il faut continuer à concevoir des moyens qui permettront d'accroître le taux de pénétration, d'enrichir la programmation et de synthétiser l'actualité parlementaire. Notons que, selon une étude menée auprès des câblodistributeurs du Québec, 75 % des ménages québécois ont accès à la télédiffusion des travaux de l'Assemblée. Par ailleurs, aucune donnée n'est disponible sur les cotes d'écoute du Canal.

6. Site Internet répondant aux attentes des publics cibles

Dans le but de mieux communiquer sur Internet, de moderniser la gestion de l'information et d'améliorer l'efficacité de l'information qu'elle offre sur le web, l'Assemblée a mis en place le projet VIGIE. Ce projet de refonte complète du site Internet comprend, entre autres, le renouvellement de la présentation visuelle du site, la création d'une nouvelle

architecture informationnelle et technologique, la diffusion d'heure en d'heure de toute l'actualité parlementaire et institutionnelle, l'abonnement à l'actualité parlementaire. Cette nouvelle façon de communiquer sur Internet facilitera la recherche d'information, amènera les citoyens à s'intéresser davantage aux travaux parlementaires et leur offrira des moyens novateurs d'y participer. La première phase du projet VIGIE sera dévoilée à l'hiver 2010.

7. Accueil personnalisé et élargi

Beaucoup d'efforts ont été consentis pour améliorer l'accueil des visiteurs à l'extérieur de l'hôtel du Parlement. Notons, par exemple, un kiosque d'information en été, des visites guidées et, au printemps 2009, l'installation de panneaux d'information. Pour l'accueil à l'intérieur de l'hôtel du Parlement, soulignons l'aménagement du nouveau Centre des visiteurs et la présentation d'expositions thématiques comme « Le Québec, ses députés et ses régions » et de plusieurs expositions thématiques à la Bibliothèque de l'Assemblée nationale.

8. Programme de publications global et ciblé

Plusieurs publications ont été produites. Au nombre de celles-ci, figurent quatre nouveaux dépliants sur l'Assemblée, les députés, les travaux et les présidents, deux ouvrages de prestige, la réédition du dépliant sur les statues et ornements extérieures. Par ailleurs, un exercice de révision et de rationalisation de l'offre des publications a permis de diminuer le tirage de certains documents, d'en revoir la présentation et la pertinence. Cet exercice a aussi permis de rendre accessible sur Internet en format électronique certains des titres les plus populaires, ce qui favorise un accès plus rapide à l'information.

9. Meilleur soutien tactique aux députés et à l'administration

De nombreuses actions ont permis d'améliorer le soutien en communication aux présidents de commission et aux députés afin de rendre compte de leurs activités. En effet, un soutien stratégique a été apporté aux présidents sur les plans médiatique et publicitaire, particulièrement à l'occasion de mandats d'initiative. De plus, des communiqués ont permis de faire connaître la participation de citoyens à des activités de l'Assemblée comme les diverses simulations parlementaires. Ces communiqués ont été transmis aux députés pour une diffusion auprès de leurs médias locaux.

Enfin, il faut souligner les efforts de l'Assemblée nationale auprès de groupes particuliers, tels que les fonctionnaires provinciaux et les étudiants universitaires. Des ateliers d'information sont en effet organisés depuis quelques années dans le but de mieux faire comprendre le fonctionnement des travaux parlementaires. Un cours universitaire sur le droit et la procédure parlementaire, donné par le personnel de l'Assemblée, a aussi été élaboré au programme de la Faculté de droit de l'Université Laval.

En somme, il ressort du bilan du plan d'action du Plan directeur de communication publique 2005-2009 de nombreuses réalisations et réussites qui ont eu lieu, même si la période couverte a été marquée par deux élections générales et tous les efforts que l'arrivée d'une nouvelle députation nécessite. L'un des principaux accomplissements du plan a été, entre autres, de planifier et de mieux articuler les interventions publiques de l'institution et de donner une dimension stratégique à ses communications. Ce premier plan directeur aura aussi permis à l'Assemblée de redoubler d'efforts pour mieux faire connaître sa mission. Le Plan de communication publique 2009-2012 s'inscrit donc dans cette continuité.

LES ENJEUX

La réalisation du nouveau plan de communication publique de l'Assemblée nationale devra composer avec de nombreux enjeux propres à une institution parlementaire, mais aussi au monde changeant des communications au XXI^e siècle.

Le désintérêt de la population envers les institutions démocratiques

La démocratie québécoise, à l'instar des diverses démocraties occidentales, fait face à un important enjeu, celui du désintérêt de la population envers les institutions représentatives et la vie politique. Ce désintérêt se manifeste de plusieurs façons, notamment par le déclin de la participation électorale. En effet, la participation électorale est un indicateur reconnu de la santé de la démocratie, et plusieurs perçoivent sa baisse comme faisant parti d'un « déficit démocratique ». La faible participation aux élections générales québécoises du 8 décembre 2008, avec un taux de 57,3 %, a confirmé ce déclin : il suffit de la comparer à l'élection de 2007 où le taux s'élevait à 71,2 % et à l'élection de 2003, où il était de 70,4 %.

Le désintérêt populaire envers la démocratie se manifeste aussi par une méconnaissance de la mission et du fonctionnement des institutions représentatives et du rôle des députés. Cette tendance n'est pas propre au Québec, car la majorité des démocraties occidentales se confrontent à cette réalité. Une récente étude sur la connaissance, l'intérêt et les perceptions envers le Parlement du Royaume-Uni de la Hansard Society semble confirmer cette tendance¹. On a ainsi observé que les deux tiers des Britanniques questionnés disent ne pas avoir une bonne compréhension des travaux parlementaires et que seulement 19 % sont d'accord que le Parlement travaille pour eux.

Les institutions parlementaires un peu partout dans le monde doivent donc relever le défi de mieux faire comprendre leur fonctionnement, mais aussi leur apport à la société.

¹ Susanna Kalitowsky, *Parliament and the Public : Knowledge, Interest and Perceptions*, Hansard Society, 2008.

En ligne : http://www.hansardsociety.org.uk/blogs/parliament_and_government/archive/2008/12/01/parliament-and-the-public-knowledge-interest-and-perceptions.aspx

Une étude toujours d'actualité

Afin de mieux comprendre cette situation, l'Assemblée nationale a commandé, en 2004, une étude sur la perception de la population à l'égard des députés et de l'Assemblée². Les résultats largement diffusés de cette étude semblent toujours valides en 2009.

Il en ressort, entre autres, que 70 % des Québécois connaissent l'Assemblée nationale. Bien que l'on constate une certaine notoriété de l'institution, ces chiffres peuvent parfois cacher une connaissance limitée de l'institution, notamment quant à son rôle et à son fonctionnement. Toutefois, cette proportion chute à 56 % chez les étudiants. Par ailleurs, 56 % des répondants démontrent peu ou pas du tout d'intérêt envers les activités de l'Assemblée, mais estiment important d'être informés sur ses activités et ses travaux.

Le défi des communications sur la démocratie et les institutions parlementaires

La démocratie et la place des institutions parlementaires dans la société sont des sujets complexes à comprendre et à expliquer. Leur fonctionnement renvoie souvent à des concepts et il faut maîtriser quelques notions, entre autres, pour comprendre la distinction entre le rôle d'un gouvernement et celui d'un parlement. Il est primordial que les communications institutionnelles de l'Assemblée contribuent à renforcer des liens de confiance entre les citoyens et leurs élus.

Des messages sur de tels sujets doivent donc être précis et adaptés aux différents types de publics. Il faut, dans ce contexte, recentrer les messages autour des valeurs et de l'importance de la démocratie pour l'évolution de la société québécoise et ce qu'elle apporte à la société au quotidien.

La nécessité d'innover

La place centrale des communications dans la société d'aujourd'hui est un fait acquis. Avec une utilisation sans cesse croissante d'Internet, qui propose de l'information instantanée, rapide, accessible et en temps réel, le monde des médias est en profond changement. Les nouvelles technologies permettent aux organisations, groupes ou individus d'ajouter à l'offre des médias traditionnels de nouvelles formes de communication, comme les bulletins et les blogues, qui amènent une surabondance d'informations. Cet état de fait a toutefois pour conséquence

² *Connaissance et perception des citoyens à l'égard de l'Assemblée nationale et des députés*, Léger Marketing, mai 2004.

l'achalandage toujours plus grand de l'espace public, d'où l'importance de se démarquer. Il est donc maintenant impératif, plus que jamais auparavant, de faire des communications de manière créative et innovatrice, et ce, sans nécessairement disposer de plus de ressources. Il faut également s'assurer d'une plus grande convergence des divers moyens de communication dont l'Assemblée dispose et mieux tirer profit de chacun d'entre eux.

Des partenaires pour renforcer nos interventions

Pour optimiser les effets de nos initiatives et de nos interventions, il est essentiel d'approfondir les partenariats que nous entretenons déjà avec d'autres organismes et institutions ayant des missions similaires ou complémentaires à la nôtre. Parmi ces partenaires figurent, notamment la Fondation Jean-Charles-Bonenfant, le Directeur général des élections, la Commission de la capitale nationale du Québec et le ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport.

Adaptation aux technologies de l'information et des communications

Les avancées dans le domaine des technologies de l'information et des communications (TIC) fournissent de nouvelles occasions sur le plan des communications. L'administration de l'Assemblée nationale doit veiller au développement et à l'amélioration de ses pratiques en communication publique en lien direct avec les TIC. Par exemple, Internet occupe une part croissante du marché, et cette réalité devra de plus en plus être prise en considération à l'occasion de la promotion d'activités publiques.

Meilleure utilisation et convergence des moyens de communication de l'Assemblée nationale

L'Assemblée nationale dispose d'importants moyens de communication comme le Canal télévisé, le site Internet et les imprimés. Dans un contexte où les ressources financières et humaines sont de plus en plus limitées, l'optimisation de ces moyens favoriserait une meilleure cohésion entre les unités administratives ainsi qu'une plus grande efficacité de nos communications, notamment pour mieux faire connaître l'Assemblée et favoriser la participation du citoyen aux travaux parlementaires. Ainsi, des efforts seront consacrés afin de mieux intégrer ces différents moyens de communication dans les différentes stratégies de promotion publique, ce qui favorisera une visibilité optimale des activités organisées par l'Assemblée. C'est donc à partir du bilan dressé précédemment et à la lumière des principaux enjeux auxquels nous devons faire face que le Plan de communication publique 2009-2012 a été élaboré.

LE BUT

Le *Plan stratégique de l'administration de l'Assemblée nationale 2009-2012* comporte trois orientations, dont l'une aborde le renforcement de la relation et de la connaissance qu'ont les citoyens de leur institution. Cette dernière devient donc le but du présent plan de communication publique, soit :

RAPPROCHER L'ASSEMBLÉE NATIONALE ET LES DÉPUTÉS DES CITOYENS

LES OBJECTIFS

Le Plan de communication publique 2009-2012 poursuit trois objectifs.

1. Favoriser une meilleure compréhension du rôle de l'Assemblée nationale et des députés dans la société québécoise, en visant en particulier les jeunes.

Les jeunes de 12 à 17 ans sont un groupe cible à privilégier, puisqu'ils sont à un moment charnière dans le développement de leur pensée et de leurs idées envers la société et l'implication citoyenne. Une stratégie jeunesse vise, d'une part, à augmenter la participation directe et indirecte des étudiants aux activités éducatives, entre autres, par une intervention plus efficace et structurée auprès des enseignants et, d'autre part, à aller davantage dans les établissements d'enseignement et dans les lieux où les jeunes se trouvent.

2. Joindre les citoyens dans leur milieu, notamment par la programmation enrichie du Canal de l'Assemblée nationale, le renouvellement du site Internet et la participation accrue de l'Assemblée à des activités en dehors des murs du parlement.

Par différents moyens de communication disponibles à l'Assemblée nationale (Canal télévisé, Internet, publications, expositions, etc.), on peut joindre le citoyen là où il se trouve et lui fournir la possibilité de suivre les travaux de l'Assemblée et d'y participer.

3. Favoriser l'augmentation de la participation des citoyens aux activités publiques organisées par l'Assemblée nationale et aux travaux parlementaires.

Par l'organisation d'activités originales, en lien avec sa mission, l'Assemblée suscitera l'intérêt de ses publics cibles. Tant dans ses murs qu'à l'extérieur, tous les efforts seront déployés afin de mieux faire connaître l'institution et le travail des parlementaires. Par ailleurs, l'Assemblée nationale partage des intérêts communs avec des organisations travaillant dans les domaines de la démocratie, de l'éducation et du tourisme. Il faudra maintenir et accentuer les partenariats avec certaines d'entre elles, favorisant ainsi l'optimisation des ressources techniques, humaines et financières et une meilleure visibilité de l'institution sur la place publique.

LES GROUPES CIBLES, ACTEURS ET PARTENAIRES

1. LES GROUPES CIBLES

En raison de sa mission, l'Assemblée nationale s'adresse à l'ensemble de la population. Toutefois, sans délaisser le citoyen au sens large du terme, les actions seront concentrées en priorité sur les jeunes.

a) Les jeunes en milieu scolaire et les enseignants

Le plan de communication publique et la stratégie jeunesse visent particulièrement les jeunes en milieu scolaire, notamment ceux entre 12-17 ans. Pour les joindre, l'Assemblée concevra notamment des approches ciblées avec les enseignants de divers établissements d'enseignement du Québec.

b) Les Québécoises et les Québécois issus de l'immigration

Nouvellement arrivés au Québec, ces citoyens connaissent souvent moins bien les institutions québécoises, dont l'Assemblée nationale et ses membres.

c) Les visiteurs de la région de la Capitale-Nationale

Chaque année, la région de la Capitale-Nationale accueille environ 5 millions de touristes, dont 3,6 millions proviennent du Québec. Il s'agit là d'un groupe cible de choix, puisqu'il est déjà sur place et potentiellement intéressé aux principales institutions de la capitale.

2. LES ACTEURS

Au sein de l'Assemblée nationale, le président, les vice-présidents, les députés et le personnel des diverses unités administratives communiquent régulièrement avec les citoyens. Le présent plan de communication publique vise, entre autres, à leur fournir des outils et à assurer la cohérence des messages véhiculés. Il est donc nécessaire de positionner de façon optimale les activités de communication de l'institution avec celles que les députés entretiennent avec leurs concitoyens.

Dans cette optique, les parlementaires sont à la fois les acteurs des communications à l'Assemblée et un public cible, car les outils de communication de l'Assemblée sont aussi conçus à leur intention, pour faire connaître leur travail et mieux les appuyer dans leurs contacts avec leurs commettants.

a) Le président

Le président est le porte-parole officiel de l'Assemblée nationale. L'un de ses trois rôles consiste à représenter l'Assemblée, mais il peut déléguer cette responsabilité à certaines occasions, comme une activité publique, une mission ou un accueil officiel de l'Assemblée.

Le président joue un rôle déterminant dans le rayonnement de l'Assemblée nationale au Québec et sur la scène internationale. Il est un grand promoteur des valeurs démocratiques et fait connaître le travail des députés à la population à l'aide de diverses activités de communication et d'éducation.

b) Les députés

Les députés jouissent d'une certaine autonomie dans leurs communications avec leurs commettants. En outre, selon les fonctions qu'ils exercent, ils peuvent parler aussi au nom de leur formation politique (chef, leader, whip), du gouvernement (ministre, adjoint parlementaire) ou d'une commission parlementaire (président ou vice-président de commission).

c) Les unités administratives

Sous la responsabilité du président, le secrétaire général veille à la gestion de plusieurs unités administratives responsables de la conception et de la mise en œuvre d'activités de communication de l'Assemblée.

3. LES PARTENAIRES

L'Assemblée peut compter sur des partenaires qui contribuent, par leur soutien et par leurs activités récurrentes, à faciliter la réalisation de ses objectifs de communication. À la lumière des nouveaux moyens à mettre en œuvre, des partenariats pourront être, selon le cas, établis ou développés, avec, par exemple :

a) Le Directeur général des élections du Québec

Personne désignée par l'Assemblée, sa mission est liée à cette dernière. Ses objectifs de communication et ses publics cibles s'apparentent à ceux de l'Assemblée.

b) L'Amicale des anciens parlementaires du Québec

Expositions et productions télévisuelles sont autant d'activités qui sont réalisées en partenariat avec cette association d'anciens députés de l'Assemblée nationale pour mettre en valeur le travail du député.

c) La Fondation Jean-Charles-Bonenfant

La Fondation appuie financièrement les activités éducatives de l'Assemblée par la remise de prix au cours de ces activités et la participation des jeunes à celles-ci. Elle offre aussi des bourses à des étudiants universitaires, assorties d'un stage à l'Assemblée nationale, et elle agit comme maître d'œuvre des Parlements au primaire et au secondaire.

d) L'Université Laval et la Chaire de recherche sur la démocratie et les institutions parlementaires

L'Université Laval a signé une entente avec l'Assemblée, notamment pour offrir des cours et des stages aux étudiants en droit et en science politique. De plus, l'Assemblée nationale et l'Université Laval (Faculté des sciences sociales et Faculté de droit) ont mis sur pied, en 2007, la Chaire de recherche sur la démocratie et les institutions parlementaires dont le premier titulaire est le professeur Louis Massicotte.

e) Le ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport

Ce ministère collabore à l'élaboration des contenus des activités éducatives de l'Assemblée destinées aux établissements d'enseignement québécois.

f) La Commission de la capitale nationale du Québec

La Commission travaille étroitement avec l'Assemblée nationale à la mise en valeur des édifices parlementaires, à la tenue d'activités de commémoration et à des programmes de visites de l'Assemblée. Elle constitue un partenaire important pour mieux faire connaître l'Assemblée, qui confère à Québec son statut de capitale.

g) Le ministère des Communautés culturelles et de l'Immigration

De par son mandat, le ministère des Communautés culturelles et de l'Immigration est un collaborateur incontournable pour joindre les communautés culturelles dans toutes les régions du Québec.

LES MESSAGES

Les messages du Plan de communication publique 2009-2012 poursuivent le but de rapprocher l'Assemblée et les députés des citoyens, comme l'incarne l'énoncé de positionnement « Place aux citoyens » de la signature visuelle de l'Assemblée nationale.

Le présent plan se compose de trois messages clairs et distincts, qui définissent la place de l'Assemblée nationale dans la démocratie québécoise, son rôle au sein de la société québécoise, et les principales fonctions exercées par ses membres. Ces messages cherchent à véhiculer avant tout des valeurs relatives à la démocratie plutôt que des connaissances brutes sur nos institutions représentatives.

1. L'Assemblée nationale est au cœur de la vie démocratique québécoise.

L'Assemblée nationale est l'instance première de la démocratie québécoise, mais aussi son principal symbole. La démocratie constitue notre manière de prendre des décisions pour nos vies et notre avenir collectif dans le respect de l'opinion et des libertés de tous et chacun. Cette démocratie nous permet :

- de nous exprimer sur les orientations et les positions de l'État, et ce, dans un contexte d'écoute et de non-violence ;
- de participer aux petites et grandes décisions du gouvernement par la voie de nos institutions et l'exercice de nos droits et libertés ;
- d'élire les représentants qui prendront la parole et les décisions en notre nom.

2. L'Assemblée nationale est un lieu d'idées, de débats, de prise de décisions qui ont un effet direct et concret sur la vie des citoyens.

L'Assemblée nationale constitue l'un des endroits où s'expriment, par la voix des députés, les valeurs et les aspirations des citoyens du Québec depuis plus de 200 ans. Elle est aussi le lieu où les députés débattent des idées et prennent les décisions qui ont une incidence sur la vie quotidienne de chaque citoyen.

Au cours des dernières décennies, plusieurs lois adoptées par l'Assemblée ont profondément modifié et amélioré notre société, nos institutions ainsi que notre économie.

3. Le député représente ses concitoyens, vote les lois qui encadrent l'évolution de notre société et demande au gouvernement de rendre des comptes à la population.

L'Assemblée nationale est composée de 125 députés élus par la population. Ceux-ci exercent trois rôles principaux :

- **intermédiaire** : le député transmet les aspirations et les besoins de ses électeurs. Il est un leader et un agent de développement dans sa communauté. Il aide ses concitoyens dans leurs relations avec l'administration publique québécoise.
- **législateur** : en tant que législateur, il étudie, analyse et vote les lois. Ce rôle se joue en plusieurs étapes, à l'Assemblée et en commission parlementaire.
- **contrôleur de l'action gouvernementale** : le député dispose de plusieurs moyens, à l'Assemblée et en commission parlementaire pour interroger le gouvernement sur ses actes.

LA STRATÉGIE

La présente stratégie comprend une série de nouveaux moyens qui ont déjà été déterminés ou discutés à l'Assemblée ou inspirés d'expériences dans d'autres assemblées législatives.

1. Une stratégie jeunesse

1.1 Élaboration d'une stratégie jeunesse³

Cette stratégie vise dans un premier temps à joindre les jeunes dans les milieux où ils évoluent quotidiennement. Afin de réaliser cet objectif, quatre moyens seront mis en place :

- I. Tournée de la présidence ;
- II. Campagne de promotion auprès des organismes liés à la jeunesse ;
- III. Trousse pour les visites des députés dans les écoles ;
- IV. Mise sur pied des Parlements au primaire.

Dans un second temps, la stratégie jeunesse vise à intervenir de façon plus efficace et structurée auprès des enseignants. Cinq moyens permettront d'atteindre cet objectif :

- I. Matériel pédagogique afin de renforcer l'enseignement de la démocratie ;
- II. Ateliers de formation destinés aux enseignants ;
- III. Plan de communication pour les activités éducatives ;
- IV. Création d'un « Espace éducation » dans le site Internet ;
- V. Visites guidées et accueil des groupes scolaires.

³ Les objectifs et les moyens sont tirés du document intitulé *La Stratégie jeunesse de l'Assemblée nationale*, qui en présente une vision plus complète et détaillée.

2. Une programmation plus riche du Canal de l'Assemblée

2.1 Diffusion de vidéos de présentation de chacun des députés

La grande majorité de ces vidéos ont déjà été enregistrées pour diffusion dans l'exposition *Le Québec, ses députés et ses régions*. Ces vidéos remplaceront le carrousel de photographies des députés actuellement présentées sur le Canal de l'Assemblée nationale.

2.2 Émission sur les grands personnages politiques ayant marqué l'Assemblée nationale

Un projet-pilote est en voie d'être complété par l'équipe de la Direction de la diffusion des débats. La réussite de cette première émission sera le point de départ de plusieurs autres émissions qui seront diffusées au cours des prochaines années sur le Canal de l'Assemblée.

2.3 Poursuite de la série *Mémoires de députés* (entrevues avec d'anciens parlementaires)

Environ une quarantaine d'anciens parlementaires ont été interrogés dans le cadre de cette série au cours des dernières années. Étant donné son succès et sa popularité, la série *Mémoires de députés* sera poursuivie. La production d'un coffret des premières saisons de la série sera évaluée.

2.4 Amélioration de la couverture télévisuelle des activités institutionnelles de l'Assemblée (activités éducatives, rendez-vous de la démocratie, accueil de groupes interparlementaires, etc.)

Nous ajouterons des éléments d'animation et de présentation des activités, des entrevues avec des participants et avec des parlementaires. Des moyens de production plus légers seront également envisagés (journaliste-caméraman, etc.).

2.5 Exploitation et mise en valeur des archives audiovisuelles de l'Assemblée nationale

Des moyens seront définis pour exploiter et mettre en valeur les archives audiovisuelles de l'Assemblée nationale. Cette démarche s'inspirera du grand succès de la programmation spéciale du Canal de l'Assemblée afin de marquer les 30 ans de la télédiffusion en direct des travaux parlementaires, en octobre 2008. Cette programmation comprenait la reprise intégrale de la première période des affaires courantes télédiffusée en 1978 ainsi que toutes les périodes des questions et réponses orales consécutive à chacune des élections générales suivantes.

2.6 Projet pilote pour des capsules vidéos sur le travail des députés

Un projet pilote de vidéos de sensibilisation et de vulgarisation sera produit afin de présenter les différentes facettes du travail des députés. Ce projet pourrait mener à la diffusion de vidéos sur le Canal et le site Internet de l'Assemblée.

2.7 Projet pilote pour des capsules d'actualités

Inspiré de capsules produites par le Parlement de la Catalogne, un projet pilote de capsules d'actualités parlementaires et institutionnelles sera réalisé par la Direction de la diffusion des débats. Ce projet pilote permettra d'évaluer la faisabilité de diffuser, chaque semaine, deux capsules d'actualités. L'une pourrait porter sur un projet de loi, où un député de chaque groupe parlementaire expliquerait la position de son groupe, et l'autre sur une ou des activités institutionnelles se déroulant à l'hôtel du Parlement.

3. Une utilisation optimale d'Internet

3.1 Lancement et promotion du nouveau site Internet – phase 1

La phase 1 du nouveau site Internet est en cours de réalisation. Le lancement coïncidera avec une vaste campagne de promotion du site et des nouveaux moyens dont les citoyens disposeront pour participer aux travaux parlementaires. Les principaux objectifs de cette campagne consistent à promouvoir le nouveau site Internet ainsi qu'à susciter et favoriser la participation du citoyen aux travaux parlementaires.

3.2 Poursuite des travaux de modernisation du site Internet – phase 2

3.2.1 Enrichissement des contenus du site Internet

- Refonte des sections de l'ancien site non couvertes dans la phase 1, telles que les sections Informations historiques, Relations interparlementaires, Bibliothèque et Mission éducative.
- Section « Jeunes » (voir la stratégie jeunesse).
- Visites virtuelles interactives de l'hôtel du Parlement et de la Bibliothèque.
- Capsules vidéo et multimédias de vulgarisation conçues spécifiquement pour le Web.
- Album de photos regroupant une multitude d'images de l'Assemblée.
- Mise au point de nouveaux moyens de communications présentant l'actualité parlementaire (bulletins électroniques, page Web, etc.).
- Section réservée aux journalistes, dont les membres de la Tribune de la presse.
- Mise en ligne des expositions thématiques sur le site Internet de l'Assemblée.
- Évaluation du site Internet et des autres moyens de communication de l'Assemblée nationale (sondage à partir d'un questionnaire Web).

3.2.2 Amélioration des fonctionnalités du site Internet

- Cyberdémocratie : amélioration des services Web (consultations en ligne, pétitions électroniques et transmission des commentaires sur les mandats).
- Ajout de formulaires électroniques (réservation en ligne pour une visite guidée de l'hôtel du Parlement, accréditation en ligne des journalistes, etc.).
- Possibilité pour l'internaute de recevoir des contenus de l'Assemblée nationale par les moyens suivants, peu importe le média utilisé (ordinateur, téléphone portable, blackberry, etc.), fils RSS, baladodiffusion, bulletins électroniques, et widgets.
- Se conformer aux normes d'accessibilité Web du gouvernement du Québec.

3.3 Présence de l'Assemblée sur les sites de réseautage tels que Facebook, Twitter, Flickr et You Tube

Une partie grandissante de la population utilise ces nouvelles plateformes de communication, et plusieurs parlements ont pris la décision de s'en servir pour se rapprocher des citoyens. Nos capsules *À la découverte...* et des photos, entre autres, pourraient y être diffusées. De plus, ces plateformes représentent de toutes nouvelles passerelles pour mener les utilisateurs sur le site Internet de l'Assemblée.

4. Une Assemblée ouverte sur la place publique

4.1 Aménagement de l'aile Est de l'Observatoire de la Capitale

Autour du thème de la démocratie, l'aile Est de l'Observatoire sera réaménagée et présentera de façon interactive des contenus actualisés sur l'Assemblée. Cette exposition permanente sera réalisée en collaboration avec la Commission de la capitale nationale du Québec (CCNQ).

4.2 Accueil à l'hôtel du Parlement

En collaboration avec le ministère de l'Immigration et des communautés culturelles et la CCNQ, instauration d'un programme d'accueil pour les Québécoises et les Québécois issus de l'immigration, basé sur leur appartenance régionale, et qui offre la possibilité de se familiariser avec l'Assemblée et d'échanger des points de vue avec les élus (trois journées prévues à l'automne 2009).

4.3 Participation à des émissions d'affaires publiques

Pour mieux faire connaître l'Assemblée et le travail des députés et les positionner dans certaines tribunes publiques, des approches seront faites auprès des médias, notamment les télévisions, les radios et publications communautaires.

4.4 Ateliers d'information

L'Assemblée nationale offre depuis plusieurs années des formations sur le fonctionnement du Parlement à des groupes particuliers et elle souhaite poursuivre dans cette direction. Afin de fournir des contenus portant sur son fonctionnement et ses particularités, l'Assemblée évaluera la possibilité de mettre sur pied des ateliers d'information destinés aux enseignants du primaire et du secondaire ainsi qu'aux guides touristiques. Mentionnons que la vidéoconférence pourrait représenter un outil technologique utile et pertinent à la réalisation de ce projet. En effet, l'État québécois possède une infrastructure technologique à la fine pointe pour la vidéoconférence. Son utilisation permettrait de joindre un plus grand nombre de personnes, peu importe où elles se trouvent sur le territoire, à un faible coût et dans un court délai.

5. Des activités thématiques originales

5.1 Exposition *Horloges et débats : le temps au cœur de l'Assemblée nationale*

Au nombre des moyens utilisés pour mieux faire connaître l'Assemblée nationale et ses députés, une exposition sur le temps, réalisée à partir des horloges de l'Assemblée nationale, propose d'expliquer le fonctionnement de l'Assemblée et de mettre en relief le travail des parlementaires. En plus des horloges exposées, les visiteurs auront accès à des bornes interactives qui présenteront des contenus sur l'Assemblée nationale (lancement à l'automne 2009).

5.2 Rendez-vous de la démocratie

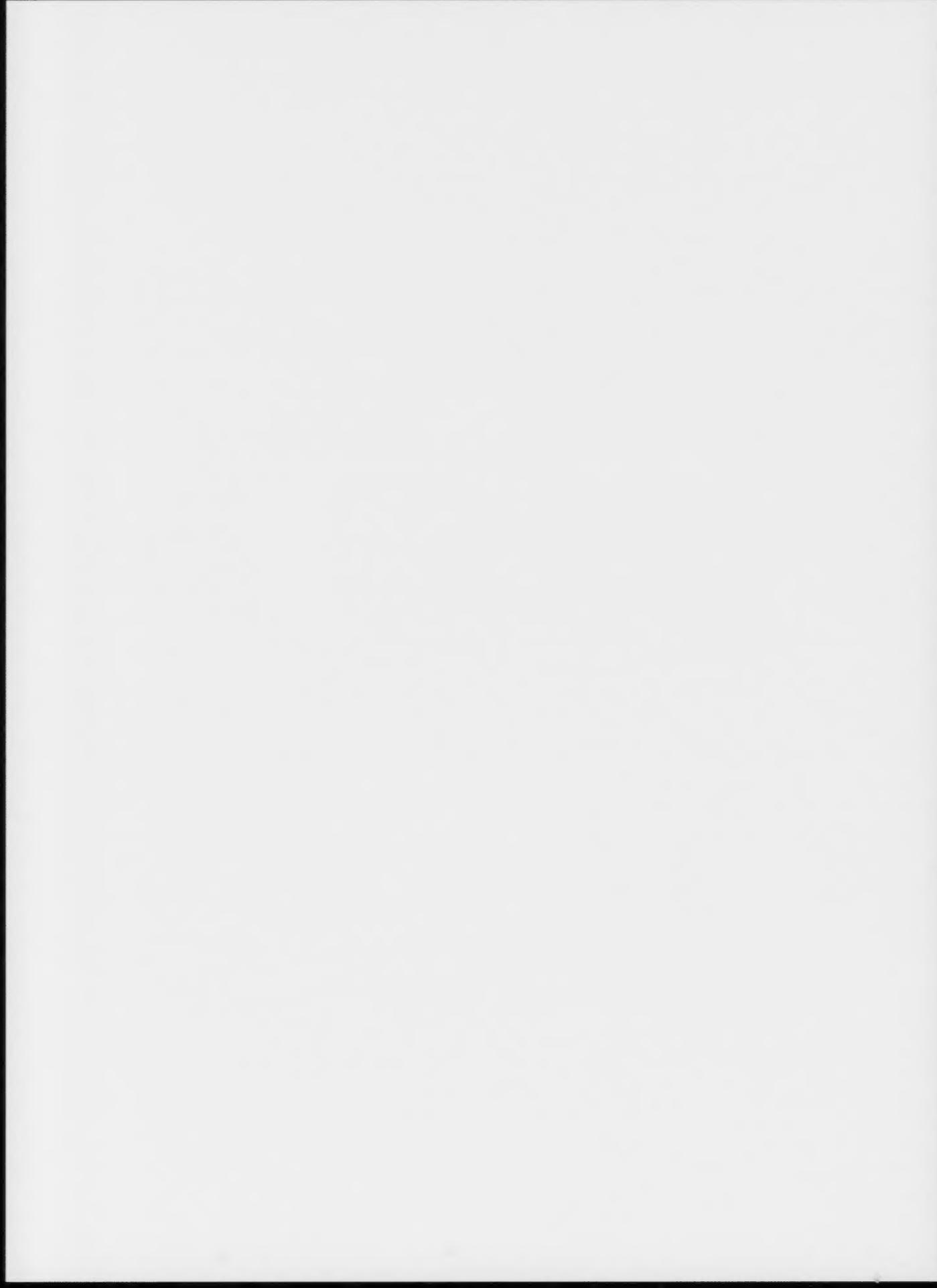
À l'image du Festival of Politics qui se déroule au Parlement d'Écosse depuis 2004, l'Assemblée nationale organisera une activité populaire annuelle ayant pour objectifs de favoriser la participation des citoyens au débat politique et de faire découvrir l'hôtel du Parlement. Véritable carrefour d'échanges sur la démocratie qui allie culture et politique, la programmation de ces rendez-vous pourra aborder plusieurs thèmes et comporter des activités variées qui s'adresseront à des publics cibles de différents âges : conférences, expositions, visites guidées de lieux insolites de l'hôtel du Parlement, projections, etc. il faudra établir des partenariats pour mener à bien ce projet.

5.3 Activités de commémoration du 125^e anniversaire de l'hôtel du Parlement

En collaboration avec la Commission de la capitale nationale du Québec, l'Assemblée organisera, en 2011, une série d'activités commémorant l'hôtel du Parlement : journées portes ouvertes, visites thématiques, expositions, conférences, etc. La programmation sera à élaborer en 2010.

5.4 Organisation de visites guidées consacrées aux réalisations artistiques et architecturales de l'hôtel du Parlement à l'occasion des Journées de la culture

L'Assemblée nationale souhaite s'associer à cette populaire activité annuelle qui se tient pendant trois jours en septembre. L'objectif sera d'ouvrir l'hôtel du Parlement et la Bibliothèque afin d'en faire découvrir les attraits architecturaux et culturels. Le gouvernement français offre une activité similaire à l'occasion de sa Journée des musées nationaux.



Division de la reprographie et de l'imprimerie
Octobre 2009



